

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Любое предприятие является, по сути дела, сложной социально-экономической системой, причем системой открытой. Функционируя на рынке, предприятие погружается в среду, требующую учета и разрешения массы вопросов, касающихся условий его деятельности. Эти условия напрямую связаны с факторами производства, или, если говорить шире, с имеющимися на сегодняшний день ресурсами производства, с детальным анализом социальной обстановки, внутри которой предприятие взаимодействует с государственными органами, с природной средой, определяющей возможность и необходимость потребления ресурсов и полезных ископаемых, а также с управленческим регулированием маркетинга, исследующего переход ресурсов-затрат в ресурсы-результаты с целью последующей оптимизации этого процесса.

Социально-экономическая роль предприятия в условиях рынка сводится в конечном итоге к удовлетворению потребностей людей или объектов хозяйственных отношений через завоевание их устойчивого и растущего признания, к производству и реализации качественного состава товаров и услуг, результатом чего должно стать превышение доходов над расходами, то есть получение прибыли от целенаправленной деятельности, охватывающей как операционную эффективность предпринимаемых усилий, так и поиск путей стратегического приращения потенциальных возможностей предприятия.

На наш взгляд, трактуемая подобным образом роль есть конкурентоспособность предприятия, если ее понимать как всемерное повышение эффективности использования ограниченных ресурсов в целях роста рентабельности производства и наращивания конкурентного потенциала. При этом эффективность использования ресурсов предприятием должна рассматриваться относительно достигнутого общественным производством уровня развития производительных сил и, разумеется, производственных и прочих отношений, относительно эффективности использования ресурсов конкурентами.

Оценка конкурентоспособности предприятия должна носить системный, комплексный характер, по возможности вбирая в себя ключевые составляющие роста конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта рыночных отношений.

К таким составляющим, по нашему мнению, следует прежде всего отнести эффективность производства предприятия ( $K_p$ ), учитывающую рентабельность изготавливаемых товаров и оказываемых услуг и определяемую отношением выручки от всех видов его деятельности к понесенным затратам.

Выбор в пользу рентабельности по выручке, а не рентабельности по прибыли, вызван предполагаемой необходимостью сопоставления

рассматриваемого предприятия как хозяйствующего субъекта с достаточной группой предприятий, обеспечивающих репрезентативность базы (выборки) для подобного сопоставления, поскольку в случае, например, убыточности предприятия прибыль имеет «отрицательное» значение, что может исказить показатель его конкурентоспособности.

Следовательно, показатель  $K_p$  как одна из составляющих оценки конкурентоспособности предприятия может быть записан так:

$$K_p = \frac{P}{P^\Sigma}, \quad (1)$$

где  $P$  – рентабельность производства рассматриваемого предприятия;

$$P = \frac{B}{Z}, \quad (2)$$

здесь  $B$  – выручка предприятия от всех видов деятельности;

$Z$  – затраты на производство отмеченных видов деятельности;

$P^\Sigma$  – рентабельность производства предприятий выборки:

$$P^\Sigma = \frac{B^\Sigma}{Z^\Sigma}, \quad (3)$$

здесь  $B^\Sigma$  – выручка от производственной деятельности предприятий выборки;

$Z^\Sigma$  – производственные затраты предприятий выборки.

В формулах (2) и (3) показатели затрат чрезвычайно важны, потому что отдельные издержки предприятия, имеющие место сегодня, в ущерб текущей рентабельности производства создают основу для его развития при решении задач ближайшей или отдаленной в той или иной мере перспективы. Осуществляя поиск «пилотных» конкурентных идей, предприятие благодаря управленческой роли маркетинга во многом способно изменить представление о рынке на том или ином этапе своего развития. Эта аксиома, касающаяся предпринимательской деятельности как таковой, требует непрямого участия в оценке конкурентоспособности предприятия еще целого ряда ее составляющих.

Безусловно, одним из важнейших условий поддержания устойчивой конкурентоспособности предприятия и отыскания путей ее роста является активная инновационная деятельность, которая затрагивает научно-исследовательскую, производственную, организационную, финансовую и другие сферы и относится ко всем новшествам и усовершенствованиям, обеспечивающим экономию издержек производства и дополнительную прибыль.

Технические преобразования, новые технологии, организационно-управленческие новации – предмет постоянного внимания рыночно ориентированного предприятия, требующий целенаправленных инвестиций. В этой связи показатель, отражающий долю затрат на разработку и внедрение инновационных проектов в общей совокупности затрат хозяйствующего

субъекта, на наш взгляд, характеризует составляющую повышения конкурентоспособности предприятия, связанную с непрерывным проведением инновационных мероприятий.

Разумеется, такой показатель должен быть сопоставлен с аналогичным показателем предприятий сформированной базы (выборки). В этом случае отслеживается степень влияния результатов инновационной деятельности предприятия ( $K_n$ ) на его конкурентоспособность в сравнении с рассматриваемыми конкурентами:

$$K_n = \frac{C_n}{C_n^\Sigma}, \quad (4)$$

где  $C_n$  – инновационная составляющая конкурентоспособности предприятия:

$$C_n = \frac{Z_n}{Z}, \quad (5)$$

здесь  $Z_n$  – инновационные затраты предприятия;

$Z$  – затраты предприятия на производство всех видов деятельности;

$C_n^\Sigma$  – инновационная составляющая конкурентоспособности предприятий выборки:

$$C_n^\Sigma = \frac{Z_n^\Sigma}{Z^\Sigma}, \quad (6)$$

здесь  $Z_n^\Sigma$  – инновационные затраты предприятий выборки;

$Z^\Sigma$  – суммарные производственные затраты предприятий выборки.

Вне сомнений, ритмичная и продуктивная деятельность предприятия в современных рыночных условиях невозможна без хорошо взаимоувязанной, скоординированной работы всех участвующих в производственном процессе подразделений и исполнителей. Это обстоятельство лишний раз подчеркивает, что главенствующую роль в завоевании, укреплении и преумножении конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта играет его персонал.

В рамках признанного сегодня подхода к управлению персоналом работники предприятия рассматриваются как наиболее ценный ресурс, а развитие их потенциала – как объект корпоративной стратегии и инвестиций. Многообразные сферы функционирования хозяйствующего субъекта проходят через отношения людей и выражаются в их трудовом поведении, поэтому создание у персонала мотивационного стремления к творческой результативной работе – первостепенная задача руководства успешного рыночного предприятия.

Эта задача должна решаться продуманным планированием затрат на персонал, в состав которых помимо базовой заработной платы, денежных надбавок к ней в виде премий и социальных выплат, осуществляемых на основе законов и тарифных соглашений, могут входить и иные издержки, связанные с

добровольными социальными расходами предприятия. Такие расходы, направленные на предметную работу с персоналом, на профессиональную подготовку и повышение квалификации, на мероприятия по гуманизации труда, на дополнительные социальные услуги, создают на предприятии благоприятный климат, снижающий текучесть рабочих кадров и повышающий заинтересованность работников в эффективном производстве.

Сказанное выше дает основание полагать, что удельный вес полных издержек на содержание персонала хозяйствующего субъекта в общей сумме его производственных затрат, соизмеренный с идентичным показателем предприятий выборки, отражает прогрессивность политики управления персоналом как одну из определяющих составляющих роста конкурентоспособности предприятия ( $K_n$ ):

$$K_n = \frac{C_n}{C_n^\Sigma}, \quad (7)$$

где  $C_n$  – составляющая конкурентоспособности предприятия, связанная с полными издержками на содержание персонала:

$$C_n = \frac{Z_n}{Z}, \quad (8)$$

здесь  $Z_n$  – издержки на содержание персонала предприятия;

$Z$  – затраты предприятия на производство всех видов деятельности;

$C_n^\Sigma$  – аналогичный показатель предприятий выборки:

$$C_n^\Sigma = \frac{Z_n^\Sigma}{Z^\Sigma}, \quad (9)$$

здесь  $Z_n^\Sigma$  – издержки на содержание персонала предприятий выборки;

$Z^\Sigma$  – суммарные производственные затраты предприятий выборки.

Современный процесс производства характеризуется нарастающим объемом потребления природных ресурсов и сопровождается образованием массы отходов и выбросов, следствием чего является антропогенное загрязнение окружающей среды. Масштабы загрязнения и степень его воздействия на природу определяют размер наносимого экологического ущерба, который зависит от ряда факторов. Среди них, прежде всего, необходимо выделить крупность производства и виды используемого сырья и выпускаемой продукции; применяемую технологию и уровень соблюдения норм технологического режима; изношенность парка машин и оборудования; наличие совершенных очистных сооружений; эффективность функционирования экономического механизма стимулирования сокращения загрязнений природной среды и др.

Объем экологического ущерба, образующегося вследствие функционирования хозяйствующего субъекта, может изменяться во времени как в результате влияния указанных выше факторов, так и на основе реализации природоохранных мероприятий, нацеленных на экологизацию производства. Поскольку далеко не безразлично, какой ценой с точки зрения

воздействия на окружающую среду обходится обществу производственно-хозяйственная деятельность предприятия, оценка экологической эффективности его производства становится объективно необходимой и крайне важной.

Одним из критериальных показателей, обеспечивающих комплексную обобщающую оценку экологической эффективности производства на локальном уровне, является так называемая ущербоемкость производства ( $Y_n$ ), которая отражает удельную величину экологического ущерба (затрат ресурсно-природного потенциала), наносимого окружающей среде в результате производства конкретным предприятием продукции в расчете на рубль выполняемого объема работ.

Степень ущербоемкости производства рассматриваемого хозяйствующего субъекта в сравнении с аналогичным показателем предприятий выборки характеризует, на наш взгляд, экологическую составляющую его конкурентоспособности ( $K_3$ ):

$$K_3 = \frac{Y_n}{Y_n^\Sigma}, \quad (10)$$

где  $Y_n$  – ущербоемкость производства предприятия:

$$Y_n = \frac{Y_3}{B}, \quad (11)$$

здесь  $Y_3$  – экологический ущерб, причиненный окружающей среде вследствие производственной деятельности предприятия;

$B$  – выручка предприятия от всех видов его деятельности;

$Y_n^\Sigma$  – ущербоемкость производственной деятельности предприятий выборки:

$$Y_n^\Sigma = \frac{Y_3^\Sigma}{B^\Sigma}, \quad (12)$$

здесь  $Y_3^\Sigma$  – объем экологического ущерба, нанесенного природной среде производством предприятий выборки;

$B^\Sigma$  – суммарная выручка от производственной деятельности предприятий выборки.

Каждое предприятие, обеспечивая возможность процесса реализации своей продукции, стремится создавать, укреплять и расширять рынки ее сбыта. Доля рынка, занимаемого хозяйствующим субъектом, является, по мнению множества экономистов, одним из основных показателей его конкурентоспособности, учитывающих масштабы производства предприятия и отражающих эффективность его деятельности с точки зрения маркетинга. Кроме того, этот показатель – своеобразный индикатор результативности стратегических мероприятий, проводимых хозяйствующим субъектом в рамках рыночного позиционирования (например, снижение цен с целью завоевания рынка либо увеличение издержек, связанное с повышением качества продукции, и т.п.).

Вместе с тем сопоставление непосредственно долей рынка (объемов выручки) сравниваемых предприятий-конкурентов может привести к тому, что доминирующим критерием оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта станет именно этот показатель. Но, во-первых, даже при значительной доле рынка (объемах выручки) предприятие может нести убытки и действовать менее эффективно, чем конкуренты с меньшей долей рынка. Во-вторых, меньшая доля рынка может объясняться спецификой деятельности предприятия (ограниченностью целевого сегмента рынка; оптимальным масштабом производства, при котором достигается его максимальная эффективность; ограниченностью ресурсов, находящихся в распоряжении предприятия, и др.), при этом эффективность производства такого предприятия может быть весьма высокой.

Учитывая сказанное, в качестве одной из составляющих оценки конкурентоспособности предприятия следует рассматривать не соотношение долей рынка конкурирующих сторон в абсолютном выражении, а отношение изменения доли рынка исследуемого хозяйствующего субъекта в сравнении с предшествующим периодом к идентичному показателю предприятий выборки.

Доля рынка предприятия может быть определена следующим отношением:

$$Д = \frac{В}{О}, \quad (13)$$

где  $Д$  – доля рынка предприятия;

$В$  – выручка предприятия от всех видов деятельности;

$О$  – объем рынка.

Поясним, что под рынком подразумевается не конкретная экономическая ниша определенной продукции, а вся совокупность экономических секторов, где осуществляется деятельность предприятия. Иными словами, это гипотетическая величина, одинаковая для всех предприятий.

Доля рынка предприятий выборки запишется так:

$$Д^{\Sigma} = \frac{В^{\Sigma}}{О}, \quad (14)$$

где  $Д^{\Sigma}$  – доля рынка предприятий выборки;

$В^{\Sigma}$  – выручка от производственной деятельности предприятий выборки;

$О$  – объем рынка.

Изменение доли рынка рассматриваемого предприятия можно найти по формуле

$$\Delta Д = \frac{В}{О} \cdot \frac{О_0}{В_0}, \quad (15)$$

где  $В_0$  – выручка предприятия от всех видов его деятельности в предшествующем периоде;

$О_0$  – объем рынка в предшествующем периоде.

Изменение доли рынка предприятий выборки можно определить так:

$$\Delta D^{\Sigma} = \frac{B^{\Sigma}}{O} \cdot \frac{O_0}{B_0^{\Sigma}}, \quad (16)$$

где  $B_0^{\Sigma}$  – выручка от производственной деятельности предприятий выборки в предшествующем периоде.

Тогда отношение изменений долей рынка исследуемого предприятия (выражение (15)) и предприятий-конкурентов выборки (выражение (16)) может быть записано в следующем виде:

$$\frac{\Delta D}{\Delta D^{\Sigma}} = \frac{B}{B_0} \cdot \frac{B_0^{\Sigma}}{B^{\Sigma}}. \quad (17)$$

Заметим, что отношение выручки анализируемого периода к выручке в предшествующем периоде является индексом изменения показателя выручки. Следовательно, отношение изменения долей рынка в выражении (17) идентично отношению индексов изменения объемов выручки.

Этот вывод позволяет заключить, что соотношение индексов изменения объемов выручки рассматриваемого хозяйствующего субъекта и предприятий выборки отражает важнейшую составляющую оценки конкурентоспособности предприятия, связанную с занимаемой им позицией на рынке ( $K_d$ ):

$$K_d = \frac{I_b}{I_b^{\Sigma}}, \quad (18)$$

где  $I_b = \frac{B}{B_0}$  – индекс изменения объемов выручки предприятия в анализируемом и предшествующем периодах;

$I_b^{\Sigma} = \frac{B^{\Sigma}}{B_0^{\Sigma}}$  – аналогичный показатель для предприятий выборки.

Итак, подводя итоги, отметим, что описанная методология оценки конкурентоспособности предприятия учитывает, на наш взгляд, важнейшие стороны его деятельности, универсальна, легко реализуема на практике и может быть аналитически представлена выражением:

$$K = K_p \cdot K_n \cdot K_{\Pi} \cdot K_{\Sigma} \cdot K_d. \quad (19)$$

В завершение следует добавить, что уже сделаны определенные шаги по апробации отдельных положений изложенного методического подхода и получены обнадеживающие результаты.